

## **Unternehmen dürfen mit Sponsoringleistungen werben**

Am 6. Februar 2002 hat das Bundesverfassungsgericht in einer für die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und 3. Sektor wichtigen Detailfrage einen sehr begrüßenswerten Beschluß veröffentlicht (1 BvR 952/90, 1 BvR 2151/96): Entgegen der Auffassung einiger Gerichte ist es nicht wettbewerbswidrig, wenn Unternehmen, die Sponsoringleistungen erbringen, diese ihrerseits für ihre Werbung nützen. Vorausgegangen war eine längere Periode der Unsicherheit, nachdem Abmahnvereine einzelnen Unternehmen untersagen lassen wollten, in ihrer Werbung darauf hinzuweisen, daß sie mit einer bestimmten gemeinnützigen Einrichtung - oder auch mit Künstlern oder Sportlern - eine Sponsoringpartnerschaft pflegen, da dies angeblich eine unerlaubte Form der Werbung darstelle, N.B.: es geht hier ausschließlich um das Sponsoring im engeren Sinn, d.h. ein geschäftliches Vertragsverhältnis, das im Kern den Verkauf ungenutzter Werbekraft an ein Unternehmen beinhaltet. Wäre die Entscheidung anders ausgefallen, wäre die Gegenleistung endgültig auf die durch den sog. Sponsoringerlaß des Bundesfinanzministeriums sehr eingeschränkten Möglichkeiten des gemeinnützigen Partners, auf das Unternehmen hinzuweisen, beschränkt geblieben - eine wenig attraktive Option. Durch den nunmehr ergangenen Beschluß des höchsten Gerichts ist Klarheit geschaffen; sie sollte Überlegungen zu Sponsoringpartnerschaften beflügeln.

(Quelle: Maecenata aktuell 6/02, S. 37; In: NAKOS (Hrsg.): NAKOS-INFO 72 (September) 2002, Berlin)

---

## **Sponsorenerlaß wird gelockert**

Der Sponsorenerlaß vom 09.07.1997 wird möglicherweise noch nachgebessert, vor allem, was die Versteuerung von Einnahmen auf Empfängerseite betrifft.

Bund und Länder haben sich auf eine Lockerung geeinigt. Gemeinnützige Körperschaften haben damit größeren Spielraum als bisher, Sponsorengelder steuerfrei zu vereinnahmen. Dies teilte Bundesfinanzminister Theo Waigel am 10. Februar nach einer Sitzung der Körperschaftssteuer-Referatsleiter der obersten Finanzbehörden des Bundes und der Länder in Bonn mit. Er kündigte an, er werde die betroffenen Verbände und Organisationen zum Gespräch einladen, um die Lösung zu erläutern.

Nach Darstellung Waigels bleiben Sponsorengelder bei einer gemeinnützigen Körperschaft als Empfänger künftig auch dann noch steuerfrei, wenn diese dem Sponsor für seine Leistung öffentlich dankt. Sie könne zum Beispiel auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen "oder in anderer Weise" auf die Unterstützung durch den Sponsor hinweisen. Ein solcher Hinweis könne durch Verwendung des Namens, Emblems oder Logos des Sponsors - "ohne besondere Hervorhebung" - erfolgen.

60.000 Mark frei

Damit stehe fest, daß nur Einnahmen als steuerpflichtig behandelt würden, die auf eine wirtschaftliche Aktivität der ansonsten steuerbefreiten Körperschaft zurückzuführen seien, hob Waigel hervor. Versteuert werden müßten die Sponsorengelder dann, wenn die Körperschaft an Werbemaßnahmen des Sponsors mitwirke, die im Wettbewerb zu anderen Werbeträgern stünden. Selbst diese Einnahmen seien erst steuerpflichtig, wenn die Gesamteinnahmen der Körperschaft aus wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb die Freigrenze von 60.000 DM überstiegen. Durch diese Regelungen würden die Voraussetzungen für die Zusammenarbeit der Wirtschaft und der gemeinnützigen Organisationen zum Beispiel in Kultur und Sport verbessert.

(Quelle: BSM-Newsletter 1/98, S. 32/ 33; In: NAKOS-INFO 55 (Juni) 1998, Berlin)